

Ірина Віблей
м.Київ

Збереження національної маркованості при перекладі англійських фразеологізмів

Питання співвідношення мови і культури є досить актуальним у період глобалізації, комп'ютеризації та інтеграції. Безперечне лідерство англійської мови у переговорах і ділових зустрічах впливає на зміну менталітету і світосприйняття.

Один соціум виділяє й оцінює у предметі, явищі, ситуації певні риси, властивості, які стають основою найменувань, інший соціум у цих же об'єктах виявляє й оцінює як суттєві, характерологічні, так і інші риси чи властивості, що зумовлено позамовними причинами. Таким чином, в певному сенсі фразеологічні одиниці (ФО) наділені специфікою за своєю природою, що не заперечує універсальності оцінок, ставлень тощо. Національно-культурна інформація, звичайно, є релевантною тільки під час культурологічного аналізу.

Особливість національно-маркованих концептів полягає в тому, що вони на підсвідомому рівні, у невербалізованому вигляді, є не лише частиною менталітету, а й фактором, який регулює поведінку носіїв мови.

Національно-культурна специфіка фразеологізмів за своєю суттю є феноменом, який сформувався якраз на відмінності мовних традицій, що відображають особливості вторинної номінації в англійській і українській мовах. Тому при перекладі таких одиниць виникає багато труднощів.

Переклад фразеологізмів, яким властива національна маркованість, як правило, здійснюється шляхом підбору їх контекстуальних відповідників із термінологічного фонду мови перекладу.

Це може здійснюватися за допомогою фразеологічних еквівалентів, фразеологізмів у мові перекладу, які за всіма ознаками рівноцінні перекладній одиниці (*simple as ABC* – *раз плюнути* (американці вкладають інший зміст у абетку, ніж українці); *like a dying duck in a thunderstorm* – як мокра курка (на відміну від України, в Англії розводять багато качок)).

У випадках, коли немає фразеологічного еквівалента, вдаються до фразеологічного аналога (*mother's milk* – *хліб насущний* (для українських реципієнтів найбільшою цінністю є хліб, а не молоко матері)).

Коли фразеологічними прийомами не можливо передати ФО, застосовують прийом калькування: *almighty dollar* – *всемогутній долар*; *angelic patience* – *ангельське терпіння*. Сутність фразеологічного калькування полягає у створенні нового сполучення в мові перекладу, що копіює структуру вихідної мовної одиниці.

Описовий переклад застосовується у випадках, коли в мові перекладу немає ні еквівалентного, ні аналогічного ФО. Наприклад, *ABC girl* – *офіціантка в лондонському кафе*, *John Long the carrier* – *людина, що звозить доставку чогось*.

У випадках, коли неможливо скористатися ні фразеологічним, ні нефразеологічним перекладом, вдаються до транслітерації у поєднанні з транскрибуванням: *Pandora's box* – *ящик Пандори*, *Punch and Judy* – *Панч і Джуді*, *Jim Crow* – *Джім Кроу*, *Home Rule* – «гомрул».

Антонімічний переклад – контекстуальний у повному змісті слова – є одним з найбільш гнучких способів передачі відтінків оригіналу.

Наприклад: *ape is never so like an ape as when he wears a doctor's cape* – *мавна тоді найбільш схожа на себе, коли вона наслідує людину*, *spare no efforts* – *не шкодувати сил*.

Приблизний переклад реалій застосовується частіше, ніж будь-який інший прийом. Зазвичай, цим способом вдається, хоча часто й не дуже точно, передати предметний зміст ФО, але колорит майже завжди губиться, тому що відбувається заміна очікуваного конотативного еквівалента (його, зрозуміло, бути не може) стилістично нейтральним, тобто словом або сполученням із нульовою конотацією: *be mustard of something* ~ *бути вправним у чомусь, добре знати щось*, *dead as Queen Ann* ~ *і сліду не залишилось*, *enough to puzzle a Philadelphia lawyer* ~ *сам чорт спіткнеться*.

Вибір прийомів перекладу залежить від суб'єктивної думки перекладача. Проте, у фразеології відбивається весь колорит нації, тому не варто відмовлятися від цього при перекладі, хоча б для того, щоб не спотворювати висловлене автором повідомлення до реципієнтів.

Література

1. Левченко О.П. Фразеологічна символіка: лінгвокультурологічний аспект / Львівський регіональний ін-т держ. управління Національної академії держ. управління при Президентіві України. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2005. – 352с.
2. Гачев Г.Д. Космо-Психо-Логос: национальные образы мира. – М.: Академический Проект, 2007. – 517 с.
3. Ухтомский А.В. Приемы и методы перевода фразеологизмов: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19/- Военный университет МО РФ. – М., 2007. – 22 с.
4. Фразеология в контексте культуры / РАН; Институт языкознания. Проблемная группа "Общая фразеология" / В.Н. Телия (отв.ред.). – М. : Языки русской культуры, 1999. — 336с.